

Губернатора Свердловской области от 02.06.2011 г. № 482-УГ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/453101370>

9. Об основах общественного контроля в Российской Федерации: Федеральный закон от 21.07.2014 №212-ФЗ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://base.garant.ru/70700452/>

#### **УДК 304.44**

*Е. В. Демина,*  
студент,  
Уральский федеральный университет,  
Екатеринбург, Россия

### **ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ МАТЕРИАЛЬНОГО И НЕМАТЕРИАЛЬНОГО КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ РОССИИ СРЕДИ МОЛОДЕЖИ**

**Аннотация.** Автор статьи анализирует современные способы популяризации материального и нематериального культурного наследия России среди такой категории населения как молодежь. Автор статьи предлагает учитывать условия жизни, потребности, специфику восприятия информации молодежью для того, чтобы повысить результативность популяризации материального и нематериального культурного наследия России. В статье приводятся результаты социологического опроса, проведенного среди молодежи Екатеринбурга, позволяющие органам власти и учреждениям культуры отбирать наиболее результативные формы популяризации, отвечающие возрастным особенностям этой категории населения.

**Ключевые слова:** популяризация, материальное, нематериальное, культурное наследие, молодежь, социологический метод, опрос.

*E. Demina,*  
student,  
Ural Federal University,  
Yekaterinburg, Russia

### **PROMOTION OF THE TANGIBLE AND INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE RUSSIAN YOUTH**

**Abstract.** The author analyses modern ways to promote tangible and intangible cultural heritage of Russia among this category of the population such as young people. The author proposes to take into account the living conditions, needs, the specificity of the perception by young people in order to enhance the impact of the popularization of tangible and intangible cultural heritage of Russia. The article presents the results of the opinion poll conducted among young people in Ekaterinburg to enable public authorities and cultural institutions to select the most effective form of promotion, meeting the age characteristics of this segment of the population.

**Keywords:** popularization, tangible, intangible, cultural heritage, youth, sociological survey method.

Одной из важнейших задач, решаемых государственной культурной политикой Российской Федерации, является популяризация материального и нематериального культурного наследия России. Под видами материального наследия имеются в виду здания и сооружения, имеющие историческую, архитектурную ценность, представляющие собой уникальные образцы инженерных, технических решений, памятники промышленной архитектуры, исторические и культурные ландшафты, монументы, скульптурные памятники, мемориальные сооружения, произведения изобразительного,

прикладного и народного искусства, градостроительные объекты, документы, книги, фотографии [1].

К нематериальной части культурного наследия народов Российской Федерации относят традиции, обычаи, фольклор, традиционные уклады жизни и представления об устройстве мира народов, народностей, этнических групп. Помимо традиционных способов популяризации материального и нематериального культурного наследия (музеев, архивов, библиотек) для решения этой государственной задачи все большее внимание уделяется информационной среде, которая должна поддерживать и способствовать развитию культурной и духовной личности [2]. Формулировка такой задачи детерминирована реалиями современной российской жизни. Сегодня открытый доступ к киберпространству позволяет всем, кто имеет доступ к компьютеру и Интернету, что-то создавать и распространять вне зависимости от уровня культуры, образования, мировоззрения, жизненного опыта, знания предмета (в том числе в сфере культуры), психического здоровья и их истинных намерений. В результате информационное пространство загрязнено, и воздействие на людей этих загрязнений пока ещё плохо осознаётся. Особенно уязвимыми являются подростки и молодые люди, у которых продолжается процесс формирования культурных ценностей и затруднен выбор способов освоения информационного пространства.

Используя понятие «информационная среда», авторы, прежде всего имеют в виду всю совокупность средств массовой информации радио- и телевидения, сеть Интернет, распространяемых с их помощью текстовых и визуальных материалов, а также созданных и создаваемых цифровых архивов, библиотек, оцифрованных музейных фондов. Информационная среда становится каналом, используя который, работники сферы культуры популяризируют объекты материальной и нематериальной культуры, тем самым вносят свой вклад в развитие личности. Одним из наиболее распространенных способов популяризации объектов материальной и нематериальной культуры, действительно, становится Интернет. Его влияние на становление личности неоднозначно. С одной стороны, конкретные материалы, размещенные в интернете, часто отрицательно влияют на подростков и молодых людей, отдаляют их от культуры прошлого. С другой стороны, в интернете все больше появляется конкретных сайтов, где размещена информация про деятелей изобразительного искусства в контексте конкретной исторической эпохи. Часто здесь же представлены документальные и художественные фильмы про творцов материальной культуры. Учитывая специфику восприятия информации представителями молодого поколения, такой визуальный способ подачи информации и влияния на сознание весьма эффективен. По мнению Ларри Розена, у современного поколения, воспитанного в эпоху компьютерных и коммуникационных технологий, преобладает клиповое мышление [3]. Этот тип мышления характеризуется возросшей способностью подростков и молодых людей к одновременному выполнению многих задач (или многозадачности), т. е. умением одновременно слушать музыку, общаться в чате, «бродить по сети», редактировать фотографии, делая при этом уроки. Но платой за обладание такой способностью становятся рассеянность, гиперактивность, дефицит внимания, предпочтение логике, а не эмоциям, не умение углубляться в текст визуальных символов. Поэтому однозначно трудно утверждать о достоинствах или недостатках использования интернета как одного из способов популяризации материальной и нематериальной культуры.

В способы, используемые для популяризации материальной и нематериальной культуры, сегодня включают видео-экскурсию. Предпочтение многими россиянами этого способа вызвано реалиями современной жизни: напряженный ритм жизни, желание проводить выходные дни дома из – за того, что большую часть времени в течение недели люди посвящают работе. Разработчики видео-экскурсий, несомненно, учитывают условия

жизни современных россиян и их потребности. Во-первых, создание условий для людей, которых нет возможности путешествовать из-за определённых обстоятельств, увидеть мир, пройти по музеям и картинным галереям, в которых собраны памятники искусства и приобщиться к российской и мировой культуре. Во-вторых, для россиян, которые у которых есть потребность в познавательном туризме, предоставить возможность предварительно изучить материал о конкретных объектах материальной и нематериальной культуры, а затем увидеть их в процессе экскурсий.

Составным элементом информационной среды, через которую популяризируются объекты материальной и нематериальной культуры, является телевидение, которое все больше коммерциализируется. Рекламодатели часто используют в телерекламе какие – либо объекты культуры и связанные с ними тематически конкретные товары (одежду, игрушки и т.д.). Например, потребителям предлагается приобрести предметы из коллекции одежды народов мира или модель корабля, когда-то участвовавшего в одном из великих исторических сражений. Такой способ также можно использовать для привлечения внимания граждан к объектам материальной и нематериальной культуры. В тоже время благодаря конкретным авторам передач телеканала «Культура», зрители смотрят качественные телепередачи, посвящённые мировой и российской культуре, получают возможность совершать теле-экскурсии по музеям, интересную информацию о жизни творцов, внесших огромный вклад в развитие конкретного направления.

Также, несмотря на то, что телевидение все ещё занимает определённое место в жизни россиян, его постепенно вытесняют новые гаджеты, оснащённые интернетом. Традиционным способом для популяризации объектов материального и нематериального культурного наследия является ярмарка. Например, ежегодно в Свердловской области проходят сезонные ярмарки, на которых представлены как изделия народного творчества, так и продукты, как результат традиционных видов деятельности населения. Популярными являются летняя ярмарка, проходящая в городе Ирбите, а также православная рождественская ярмарка. Такие ярмарки притягивают внимание многих посетителей, но лишь на короткий срок.

Одним из удачных способов, найденных в последние годы, оказались мультимедийные выставки. Они привлекают внимание людей различных возрастов, потому что использование мультимедийных технологий позволяет воздействовать как на эмоции, так и интеллект. В Екатеринбурге успешно проходили такие выставки как «Великие импрессионисты». Успех мультимедийной выставки «Ван Гог. Ожившие полотна» показал, что изобразительное искусство (как объект нематериальной культуры) с применением современных технологий воспринимается зрителями гармонично, которые погружаются в мир цвета, света и звука. Именно такие выставки привлекают внимание, в том числе представителей молодого поколения.

Ещё одним способом привлечения молодёжи к культуре и современным технологиям является международная выставка «Экспо», в процессе проведения которой представлены последние достижения современной техники, используемые в том числе для популяризации конкретных жанров нового искусства, создаваемые с помощью информационных технологий и компьютерной графики. К таким жанрам можно отнести кинофильмы, созданные в формате 3D: они популярны, потому что изображение красочное и создаёт впечатление иной реальности.

Для изучения проблем популяризации культурного наследия среди молодежи автором было проведено социологическое исследование методом анкетирования. В опросе приняли участие студенты первого и второго курсов Уральского федерального университета и ученики старших классов школ Екатеринбурга. Большинство опрошенных респондентов в возрасте от 17 лет и выше (86 %). Среди них преобладают респонденты женского пола (68%).

Почти все респонденты понимают, что такое культура, а также в чём отличие материальной от нематериальной культуры. Но большинство опрошенных (64%) не имеет представления о том, каким документом руководствуется государство в сохранении культурного наследия. Тем не менее 97% респондентов разделяют мнение о том, что именно государство должно обеспечить охрану объектов культурного наследия. Оценивая политику государства, направленную на охрану культуры, лишь 28% опрошенных дают положительную оценку, 41% опрошенных затрудняется дать какую – либо оценку, а 31 % опрошенных негативно относится к результатам политики государства в сфере охраны объектов культурного наследия в 2012-2015 годах, считая, что власть недостаточно сделала для сохранности объектов культуры.

В тоже время 69 % респондентов считают, что состояние объектов культурного наследия России и в частности г. Екатеринбурга удовлетворительное. Налицо наблюдается определенная противоречивость в ответах: респонденты, конечно же, делают выводы, исходя из своих наблюдений, но не имеют четкого представления о том, кто и какие мероприятия осуществляет. Выявленное противоречие между оценками состояния объектов культурного наследия России и представлениями молодежи о политике государства в сфере охраны объектов культурного наследия является информационным сигналом для органов власти о том, что информирование населения в этом направлении организовано неудовлетворительно.

Вызывает определенную тревогу мнение респондентов по оценке отношения жителей России к объектам культурного наследия. 46% опрошенных отвечают, что россиянам безразлично, как сохраняется культурное наследие народа и сохраняется ли вообще. На вопрос «Считаете ли Вы, что облик объектов культурного наследия в г. Екатеринбурге в период 2012-2015 годов улучшился?» 45% респондентов ответили, что улучшился, но в незначительной степени.

Интересна оценка респондентов основных достижений в сфере охраны объектов культурного наследия в Екатеринбурге. 66% отметили проведение реставрации объектов культурного наследия в центре города. 36% обратили внимание на то, что на объектах культурного наследия устанавливаются QR коды, а также информационные надписи. 41 % опрошенных отметили, что в целях популяризации объектов культурного наследия проводятся такие мероприятия как Дни конструктивизма, биеннале современного искусства в гостинице «Исеть» (объекте культурного наследия федерального значения). 25% респондентов оценили, что на объекты культурного наследия привлекаются туристы.

Но парадокс, конечно же, состоит в том, что эти достижения респонденты не рассматривают как часть государственной политики и не связывают конкретные мероприятия, направленные на популяризацию объектов культурного наследия, с деятельностью органов власти. У большинства респондентов (61%) есть интерес к просветительским и развлекательным мероприятиям, проводимым в таких формах как фестивали, экскурсии и биеннале. 86 % респондентов положительно относятся к возможности привлечения волонтеров к мероприятиям по сохранению и популяризации объектов культурного наследия России, в частности г. Екатеринбурга и Свердловской области. Более половины опрошенных (61%) согласились бы стать волонтерами во время мероприятий по популяризации объектов культурного наследия.

Интересны ответы респондентов по предпочтениям в формах популяризации культурного наследия России и Екатеринбурга. Налицо устойчивая тенденция к пассивному участию: 77% выбирают как основную форму популяризации интернет. Но есть и обнадеживающие результаты: 46 % респондентов посещают часто или от времени сайты, посвященные культурному достоянию нашей страны. У респондентов также есть заинтересованность в таких формах популяризации как выставки (80%) и ярмарки (36%). Эти данные подтверждают, что традиционные формы популяризации культурного

наследия не потеряли свою значимость, в том числе среди молодежи. 43 % опрошенных систематически обращаются к просмотру видео-экскурсий, посвящённых искусству и культурному наследию, 37% предпочитает непосредственно посетить и увидеть самим знаменитые объекты культурного наследия. Не привлекает молодежь и такая форма популяризации культурного наследия как коллекционирование журналов с различными тематическими товарами искусства и истории мира. Также не является основной формой продвижения информации о культурном наследии телевидение: 42% респондентов либо вообще его не включают, либо только в определённое время (37%). Именно поэтому программы телеканала «Культура», посвященные культурным ценностям мира и России, постоянно смотрят лишь 9% опрошенных. В тоже время среди этой категории молодежи распространено посещение выставок: раз в сезон посещают выставки 28% респондентов, два раза в год 36%. При этом предпочтение 66 % респондентов отдают выставкам изобразительного искусства с использованием современных интерактивных технологий, например, «Ожившие полотна».

Таким образом, можно сделать вывод о том, что для результативной популяризации материального и нематериального культурного наследия России специалистам, занятым в этой сфере, необходимо учитывать условия жизни, потребности, а также специфику восприятия информации, в частности, молодежью (студентами и школьниками старших классов). Для работы с этой категорией необходимы как традиционные, так и новые формы популяризации культурного наследия России, ее больших и малых городов. Важной формой популяризации становится непосредственное включение молодежи в разные мероприятия в качестве волонтеров и активных участников. Именно активные формы, эмоционально наполненные соучастием, способствуют не только популяризации объектов культурного наследия, но и формированию чувства гражданской причастности и гордости за свою страну, ее историю и культуру.

### **Библиографический список**

1. О культуре в Российской Федерации: Проект федерального закона [Электронный ресурс] // Министерство культуры РФ: [портал] URL: <http://mkrf.ru/aktual/detail.php?ID=506065> (дата обращения: 10.05.2015)
2. Об утверждении Основ государственной культурной политики: Указ Президента РФ от 24 декабря 2014 г. N 808 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://base.garant.ru/70828330>
3. Семеновских Т.В. Клиповое мышление — феномен современности. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://jarki.ru/wpress>

**УДК 304.5**

*В. Р. Доронина*

студент,

Уральский федеральный университет,

Екатеринбург, Россия

### **ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА ГОСУДАРСТВЕННЫХ ГРАЖДАНСКИХ СЛУЖАЩИХ КАК УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ ПРОЕКТ**

**Аннотация.** Статья посвящена проблеме управления организационной культурой российских государственных гражданских служащих. Автором проанализированы основные проблемы управления организационной культурой. Выявлено, что в современных условиях